

ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA DAN TINDAKAN PROMOSI *WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BAKMI JAPOS (CABANG 9 JATIWARINGIN)

Toni Wijaya – 0700731792

ABSTRAK

Bakmi Japos bergerak dalam bidang usaha makanan, bakmi Japos juga merupakan usaha makanan dengan menggunakan sistem franchise lokal. Pesaing bisnis dewasa ini tidak hanya bertumpu pada kualitas produk saja, melainkan lebih pada kualitas jasa atau *service quality*. Terdapat tiga versi pelayanan di Bakmi Japos, yakni: *eat in* (pelanggan makan di tempat), *take a way* (dibawa pulang), dan *delivery order* (pemesanan). Di lain pihak apabila sebuah produk atau jasa melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dan akan melakukan promosi tersendiri bagi perusahaan dengan adanya *word of mouth communication* atau komunikasi dari mulut ke mulut. Sehingga dapat menimbulkan keputusan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pelanggan atau konsumen untuk melakukan pembelian, mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa dan *word of mouth communication*. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang, data yang digunakan adalah jenis primer, Metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dari kualitas jasa (X_1) dan *word of mouth communication* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), yang menggunakan alat bantu program SPSS versi 13.0. Adapun data-data yang diperoleh berasal dari kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung Bakmi japos (cabang 9 Jatiwaringin).

Dari hasil analisis tersebut, maka diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa dan *word of mouth communication* terhadap keputusan pembelian sebesar 63.9%. Sedangkan hasil dari analisis korelasi dan regresi kualitas jasa dan *word of mouth communication* menunjukkan hubungan yang signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Bakmi Japos (cabang 9 Jatiwaringin).

Kata Kunci : *kualitas jasa, word of mouth communication, keputusan pembelian.*